

Social Media-Schulung und Tipps für lokale Gewerbevereine

Generell / Gewerbeverband Berner KMU

Social Media und journalistische Onlinemedien werden für die Meinungsbildung in der Schweiz immer wichtiger. Dies stellt auch die moderne Verbandskommunikation vor neue Herausforderungen und macht einen Mix aus den verschiedenen Kommunikationskanälen unumgänglich. Berner KMU verfügt über einen LinkedIn-, Instagram- und X-Account sowie eine Facebook-Seite:

<https://www.facebook.com/gewerbeverbandbernerkmu>

<https://x.com/BernerKMU>

<https://www.instagram.com/bernerkmu/>

<https://www.linkedin.com/in/gewerbeverband-berner-kmu-b58a88147>

Generell / Lokale Gewerbevereine

Für die lokalen Gewerbevereine ist v.a. das Erstellen einer „Fanpage“ auf Facebook sinnvoll und kann zusätzlich mit einem Instagram-Account und LinkedIn kombiniert werden.

Facebook, Instagram und LinkedIn können vor allem für die interne Kommunikation und Mobilisation genutzt werden, während X mehr für die externe Kommunikation (Link zu den Journalisten) wichtig ist und heute als Plattform nicht mehr ganz unumstritten ist.

Die wichtigsten Social Media-Tipps auf einen Blick

Konzept und Strategie:

- Erstellen einer Social Media-Strategie und eines kurzen Konzepts:
 - Was ist das Ziel der SoMe-Kanäle?
 - Wie will der Gewerbeverband „überkommen“? Welche Botschaften sollen vermittelt werden?
 - Welche Zielgruppe soll über welche Kanäle wann und wie erreicht werden?
 - Definition Inhalte / Content: Was wird gepostet und geteilt.
 - Erstellung eigener Content: Infos Verband, Einladungen Veranstaltungen, Zeitungsartikel, Gewerbeausstellung, Mitglieder (z.B. Fotos von der Homepage), Sitzungen etc.
 - Verantwortlichkeiten festlegen / Vieraugenprinzip
 - Form des Contents definieren
 - Werbebudget festlegen
- Erstellen eines Redaktionsplans / Jahresplanung (vorhersehbare Posts können im Voraus im Planer bereits vorbereitet werden.)

Praktische Socialmedia-Tipps:

- Poste oder twittere nie etwas, dass du dir nicht auch selber auf's T-Shirt schreiben würdest!
- Facebook ist wie alle Social Media schnell und direkt, das birgt aber auch Gefahren: Fotos und Posts, die einmal online waren, verschwinden, auch wenn sie gelöscht werden, nie mehr ganz vom Internet.
- Sachlich bleiben und keine persönlichen Angriffe posten.
- Tonfall anpassen, je nachdem ob als Gewerbeverein oder Privatperson gepostet wird.
- Ideale Zeiten um zu posten: am Morgen früh, vor dem Mittag, kurz vor Feierabend (zwischen 16 und 18 Uhr), Freitagnachmittag und am Wochenende.



Facebook

- Generierung von Traffic auf der eigenen Webseite mithilfe von Facebook, deshalb die Posts immer mit einem Link / Hinweis auf die eigene Homepage oder eine Landingpage versehen.
- Virale Verbreitung der Posts mit Hilfe von Fotos, Videos und Smileys erhöhen. Fotos wenn möglich markieren!
- @ Markierungen / Tags, z.B. Berner KMU immer markieren, so erhalten wir eine Nachricht und können eure Beiträge teilen.
- Inhalte teilen und retweeten (und nicht nur liken) erhöhen die Reichweite. Geteilte Beiträge immer noch selber mit einem kurzen Satz ergänzen, dies erhöht die Reichweite zusätzlich.
- Personen, welche den Post liken aber der Seite noch nicht folgen, einladen dies zu tun.
- Posts mit Facebook-Werbung pushen. Im Gegensatz zu klassischen Inseraten kostet diese nur einen Bruchteil und generiert neue Likes und hohe Reichweiten; zudem kann die Zielgruppe (Alter, Region, Interessen etc.) sehr genau eingegrenzt werden.



Instagram

- auf Instagram gibt es neu die Möglichkeit, 5 Personen oder Seiten als Collab-Partner einzuladen (Steigerung der Reichweite). Falls diese die Einladung annehmen, erscheint der Post ebenfalls auf derer Seite.
- Personen, welche den Post liken aber der Seite noch nicht folgen, auffordern das ebenfalls zu tun.
- Posts mit Instagram-Werbung pushen. Im Gegensatz zu klassischen Inseraten kostet diese nur einen Bruchteil und generiert neue Likes und hohe Reichweiten; zudem kann die Zielgruppe (Alter, Region, Interessen etc.) sehr genau eingegrenzt werden.



Social Media-Kanäle

- Kombination aus allen Kanälen: Social Media gehören heute ganz einfach dazu und sind eine kostengünstige Plattform, auf der man die Inhalte und die Häufigkeit selber steuern kann. Sie ersetzen aber nicht die klassischen Inserate, Plakate und v.a. den persönlichen Kontakt.
- Facebook, X und Homepage individuell nutzen, auch wenn das Facebook-Konto und der Instagram-Account verknüpft werden können und dies auch sinnvoll ist: Nicht die gleichen Posts / Inhalte gleichzeitig immer auf allen Kanälen platzieren, sondern nach Zielgruppe und Content unterscheiden.